

VIABILIDAD EMPRESA DE TORNEOS RELAMPAGO DE FUTBOL 5

MULTISPORT

Soffy Jiménez Serna

John Alexander Quiroga Blanco

José Alejandro Ángel Suarez

Milton Sady Riveros Castellanos

Universidad Católica de Colombia

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Especialización en Formulación y Evaluación Social y Económica de Proyectos

Bogotá

2018

VIABILIDAD EMPRESA DE TORNEOS RELAMPAGO DE FUTBOL 5

MULTISPORT

Soffy Jiménez Serna

John Alexander Quiroga Blanco

José Alejandro Ángel Suarez

Milton Sady Riveros Castellanos

Trabajo de Grado para optar el título de Especialistas en Formulación y Evaluación Social y

Económica de Proyectos

Directora

Diana Patricia Gutiérrez Mejía

Universidad Católica de Colombia

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Especialización en Formulación y Evaluación Social y Económica de Proyectos

Bogotá

2018



Atribución-NoComercial-SinDerivadas 2.5 Colombia (CC BY-NC-ND 2.5)

La presente obra está bajo una licencia:

Atribución-NoComercial-SinDerivadas 2.5 Colombia (CC BY-NC-ND 2.5)

Para leer el texto completo de la licencia, visita:

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/co/>

Usted es libre de:



Compartir – copiar, distribuir, ejecutar y comunicar públicamente la obra

Bajo las condiciones siguientes:



Atribución — Debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciante (pero no de una manera que sugiera que tiene su apoyo o que apoyan el uso que hace de su obra).



No Comercial — No puede utilizar esta obra para fines comerciales.



Sin Obras Derivadas — No se puede alterar, transformar o generar una obra derivada a partir de esta obra.

CONTENIDO

RESUMEN	6
ABSTRACT	¡Error! Marcador no definido.
PALABRAS CLAVES	7
1. OBJETIVO GENERAL	7
2. OBJETIVOS ESPECIFICOS	7
3. MARCO TEORICO	8
3.1. Tiempo libre	8
3.2. Competencia	9
3.3. Organización de eventos deportivos	10
3.4. Herramientas financieras	11
3.5. Modelo canvas	12
4. DISEÑO METODOLOGICO	14
4.1. Enfoque cuantitativo (descripción de la muestra)	15
4.1. Enfoque descriptivo:	17
5. ANALISIS MERCADO	17
5.1. Canvas Multisport	17
5.2. Cliente	18
6. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	19
7. CONTEXTO	19
8. ANÁLISIS FINANCIERO	19
8.1. Estado de resultados	21
8.2. Flujos de caja	22
8.3. Punto de equilibrio	22
9. RESULTADOS ENCUESTA	23
10. CONCLUSIONES	24
11. RECOMENDACIONES	24
12. BIBLIOGRAFIA	24
13. ANEXOS	26

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: DANE - Encuesta de Consumo Cultural – 2018	9
Figura 2: Modelo Canvas	14
Figura 3: DANE - Proyecciones de población – 2015	16
Figura 4: Modelo canvas Multisports	18
Figura 5: Lienzo cliente Multisports	19

RESUMEN

La creación de este proyecto está fundada en la necesidad que tienen algunas personas de poder ejercer el deporte como un espacio de esparcimiento competitivo sin afectar las obligaciones, deberes e intereses particulares diarios que tiene cada uno. En la actualidad existen torneos que se prolongan en el tiempo que genera la deserción de los participantes por lo cual el principal problema que quisimos resolver con los torneos de futbol relámpagos (tienen inicio y final el mismo día), es tener acceso a dicho campeonato sin que ocupe más de un día, convirtiendo el tiempo de ocio en algo productivo y con la posibilidad de compartirlo en familia.

Al revisar el segmento poblacional al que está dirigido, se encuentra que el 21% de la población cumple con las características mínimas para poder adquirir los servicios logísticos ofrecidos, por lo cual se implementaran en canchas de futbol ubicadas en 3 zonas de la ciudad; norte, sur y centro, dando así no solo la facilidad de poder llevar acabo su hobby el mismo día sino también facilitando el desplazamiento a la zona que le quede más cercana.

La viabilidad de este proyecto no solo se encuentra en la población a la que nos dirigimos y la cultura futbolera que existe actualmente en Colombia, sino también por los recursos financieros que se requieren para poder volverla una realidad, pues al ser una empresa logística no se requiere una amplia inversión en materias primas, instalaciones, mano de obra, maquinas, equipos etc.

PALABRAS CLAVES

Eventos deportivos, tiempo libre, ocio, deserción, competencia.

1. OBJETIVO GENERAL

Determinar la viabilidad de la creación de una empresa de logística de campeonatos deportivos relámpago de Fútbol 5 en la ciudad de Bogotá.

2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Diagnosticar la demanda potencial del mercado sobre las prácticas deportivas en la ciudad de Bogotá.
- Establecer los componentes técnicos, administrativos y financieros que se requieren para la creación de una empresa de logística de eventos deportivos.
- Proyectar ingresos que ayuden a determinar la viabilidad de la creación de una empresa de logística de eventos deportivos.

3. MARCO TEORICO

3.1. Tiempo libre

El ocio se define según la RAE como. “Cesación del trabajo, inacción o total omisión de la actividad.”, “2. m. Tiempo libre de una persona” o también “3. m. Diversión u ocupación reposada, especialmente en obras de ingenio, porque estas se toman regularmente por descanso de otras tareas.

En la actualidad en Colombia existen diferentes actividades de recreación, deportivas y culturales en las que la población puede ocupar el tiempo libre, sin embargo el estudio dado a conocer por parte del DANE a finales del 2016 muestra que en promedio los colombianos tienen dos horas y 39 minutos libres al día dado que ocupa el tiempo en actividades laborales o de estudio, sin embargo, cuando llega el domingo el promedio aumenta a 13 horas por persona. El tiempo en el que se ocupa este por parte de las personas se divide en distintas actividades como el cuidado personal, trabajar, estudiar entre otros.

Actividad	Total horas			Total de personas que invierten al menos una hora en cada actividad			Promedio horas por persona		
	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer
Trabajar	130.995	60.063	70.932	12.112	8.347	3.766	10,81	7,20	18,84
c.v.e. %	267,62	258,02	443,32	106,36	117,28	222,41	192,11	184,44	243,96
Cuidado personal	85.115.712	43.129.633	41.986.079	4.046.490	2.061.023	1.985.467	21,03	20,93	21,15
c.v.e. %	1,09	3,48	3,68	0,88	3,37	3,53	0,68	1,09	0,96
Estudiar	5.587.844	2.909.921	2.677.922	1.357.981	696.876	661.105	4,11	4,18	4,05
c.v.e. %	6,75	8,91	11,19	6,33	6,58	11,96	6,16	6,44	10,63
Arreglar y mantener el hogar	2.267.025	892.372	1.374.653	1.048.401	452.864	595.537	2,16	1,97	2,31
c.v.e. %	7,62	12,65	10,80	5,69	10,23	8,38	4,83	6,99	6,21
Cocinar	140.192	56.258	83.934	71.192	25.117	46.075	1,97	2,24	1,82
c.v.e. %	37,74	80,05	33,19	30,21	54,28	36,38	29,12	69,40	14,78
Transportarse	3.299.335	1.670.938	1.628.397	1.593.144	826.174	767.969	2,07	2,02	2,12
c.v.e. %	11,93	9,22	23,44	3,98	6,56	6,92	10,93	5,66	21,25
Cuidar enfermos y adultos mayores	73.457	26.233	47.224	18.386	7.597	10.789	4,00	3,45	4,38
c.v.e. %	40,74	91,44	37,89	39,40	78,87	37,76	19,46	38,63	21,66
Buscar Trabajo	9.061	971	8.090	688	485	202	13,18	2,00	40,00
c.v.e. %	96,70	125,60	107,24	94,10	125,60	107,24	98,89	0,00	0,00
Cuidar los niños	853.628	337.250	516.378	177.342	67.694	109.647	4,81	4,98	4,71
c.v.e. %	33,60	49,17	45,39	39,58	30,78	61,15	19,67	25,74	26,64
Actividades de tiempo libre	51.657.250	26.000.190	25.657.060	3.828.857	1.944.135	1.884.722	13,49	13,37	13,61
c.v.e. %	2,49	3,91	5,27	1,13	3,50	3,67	2,22	2,19	3,93

Figura 1: DANE - Encuesta de Consumo Cultural - 2018

Referente a la actividad de fútbol en la ciudad de Bogotá, la Liga de Fútbol de Bogotá es la entidad que promueve esta actividad en el Distrito Capital a nivel competitivo, según datos de la Liga existen actualmente 260 clubes afiliados y participando en los diferentes campeonatos, sin embargo, estos campeonatos exigen una mayor inversión de tiempo, el cual según los datos que se mencionaban anteriormente, es escaso para dedicarse a esta competencia de manera profesional.

Teniendo en cuenta lo anterior, y dado que la demanda de jugadores aficionados de fútbol es amplia, se generan nuevas necesidades en cuanto al ofrecimiento de espacios competitivos que no impliquen una inversión de tiempo constante o en un largo periodo de tiempo.

En la actualidad en la ciudad de Bogotá existe una creciente oferta de establecimientos deportivos con canchas sintéticas de fútbol, esto ha hecho que se genere un ambiente de mayor competencia en cuanto a la práctica de este deporte, nuevos espacios de práctica, nuevos sitios de encuentro entre amigos o equipos que practican de forma usual el fútbol. Sin embargo, el acceso a los campeonatos se dificulta por la falta de tiempo de los competidores.

3.2.Competencia

Según la RAE competir significa “Dicho de dos o más personas: Contender entre sí, aspirando unas y otras con empeño a una misma cosa”. Dicho esto, los grandes eventos deportivos generan en las poblaciones un sentido de competitividad, este sentido se proyecta en los diferentes espacios de interacción de cada individuo.

Es posible encontrar en los programas de bienestar de instituciones educativas u organizaciones diferentes tipos de eventos deportivos que buscan que estos sentidos de competitividad se pongan de manifiesto a niveles de mayor acceso. Asimismo se encuentran en las diferentes comunidades

la organización de eventos de diferentes tipos que motiven a la competencia entre sus integrantes. Con esto se quiere afirmar que existe un sentido de competitividad influenciado culturalmente por eventos deportivos en distintos niveles.

Según estudios realizados por Fonseca y Brito (2000), las actividades de competencia deportiva, se puede orientar hacia el ego o fuertemente hacia la tarea, la primera asociada a un talento natural mientras la segunda se asocia a un proceso de aprendizaje. Estos estudios obtuvieron resultados semejantes a los de Sarrazin et al. (1995; 1996, estudio 2).

Asimismo, afirman que percibir la inteligencia como algo estático conlleva a una comparación con sus pares mientras que los que la perciben como algo maleable se orientan al desarrollo de ésta.

De esta manera es posible afirmar que los sujetos son competitivos ya sea por una comparación entre sus pares o porque genéticamente manifiesten esta motivación, por lo tanto culturalmente la competencia siempre se pone de manifiesto en los diferentes grupos sociales en los diferentes contextos como educativos, familiares, laborales entre otros.

3.3.Organización de eventos deportivos

Las actividades deportivas eran en un comienzo organizadas por sus practicantes, y no eran pagas, sin embargo en la actualidad muchas personas quieren practicar deporte profesionalmente para obtener una remuneración que les permita suplir sus necesidades económicas. Este auge del deporte profesional, unido al hecho de que los sujetos disponen de tiempo libre y suele practicar un deporte, ha generado y desarrollado una actividad económica en el sector deportivo.

Solo algunas actividades deportivas pueden ser contempladas como espectáculo y como practica de interés por una gran parte de la ciudadanía, únicamente el deporte contiene una gran cantidad de beneficios individuales y sociales, como una incidencia importante en la salud, además de impactos sociales, psicológicos y sociológicos. Estas observaciones se ponen de manifiesto en los grandes eventos deportivos como mundiales o competencias olímpicas.

Teniendo en cuenta lo anterior, es posible dar una mirada del deporte no solo con un interés social sino también económico, ya que existen numerosos acontecimientos deportivos de distinta relevancia que se celebran a lo largo del tiempo. Organizar un campeonato de fútbol de barrio o un campeonato en la ciudad o inclusive el conocido mundial de Fútbol Organizado por la FIFA genera intereses de distintos grupos sociales que pueden observarse, analizarse y estudiarse para encontrar posibles oportunidades de ofrecimiento de servicios.

3.4.Herramientas financieras

Más que obtener un valor determinado, lo importante es elaborar un marco sobre el futuro financiero de la empresa y su eventual evolución ante las tendencias del mercado. Un elemento esencial en este caso es conocer si los beneficios de un período se han obtenido a raíz del negocio como tal o si son producto de factores externos.

Una de las herramientas financieras utilizadas para la medición del proyecto es el Flujo de Caja, hacer esta proyección es importante ya que “el estado de pérdidas y ganancias de la empresa o del proyecto muestra los resultados de la causación de los ingresos, costos y gastos de acuerdo con la normatividad contable vigente en un momento dado” (Serrano, 2011), básicamente el resultado es el saldo entre los ingresos y egresos que efectúa la empresa durante un determinado tiempo, en

dado caso que se proyecten los resultados que se esperan tener en uno o varios torneos bien sea un fin de semana o cada fin de semana se tendrá una idea más clara de las necesidades financieras de la empresa en aras de que se genere rentabilidad.

Por otro lado está El Punto de Equilibrio operacional que se considera muy importante para cualquier tipo de empresa, y se define como “el punto a partir del cual se comienzan a generar utilidades operacionales, o sea el punto para el cual la utilidad operacional es igual a cero” (Serrano, 2011). Éste permite conocer cuál es el volumen mínimo de campeonatos que se deben realizar para que el negocio no genere pérdidas. Con esto se pueden fijar, margen de ganancia que tendrá el campeonato ofrecido.

Lo que quiere decir el nivel de campeonatos que se requiere realizar para cubrir todos los costos operativos; En ese punto, la utilidad antes de intereses e impuestos es igual a cero y es una manera idónea para el control de costos y una toma de decisiones adecuada.

Por otra parte, para evaluar el proyecto utilizan como herramientas los presupuestos, estos son de gran valor ya que permiten permite un control financiero y lo que se busca es planificar los resultados en un tiempo determinado incluyendo ingresos y egresos lo anterior desde la perspectiva de la estimación, es decir, realizando cálculos. Para determinar la situación financiera de los proyectos a corto y largo plazo se estima la capacidad de los mismos para asumir sus compromisos, operaciones o deudas en plazos breves y mayores a 5 años.

3.5. Modelo canvas

Para lograr una oferta de valor y calificar el modelo de funcionamiento del servicio propuesto se utiliza también el modelo Canvas el cual es una metodología que contiene 9 dimensiones que se

utilizan para determinar el valor agregado de un producto o servicio enfocado a la segmentación de clientes determinada, por medio de esta metodología es posible ver claramente los canales de distribución, relaciones, recursos y actividades importantes que intervienen en el proyecto propuesto. La practicidad de este modelo permite visualizar en 9 módulos las interrelaciones del negocio, los componentes son los siguientes:

1. Segmento de clientes
2. Propuesta de Valor
3. Canales de Distribución
4. Relaciones con clientes
5. Flujos de ingresos
6. Recursos claves
7. Actividades claves
8. Red de Asociados, Alianzas y Colaboradores
9. Costos económicos

Las anteriores se organizan como se muestra en la siguiente figura:

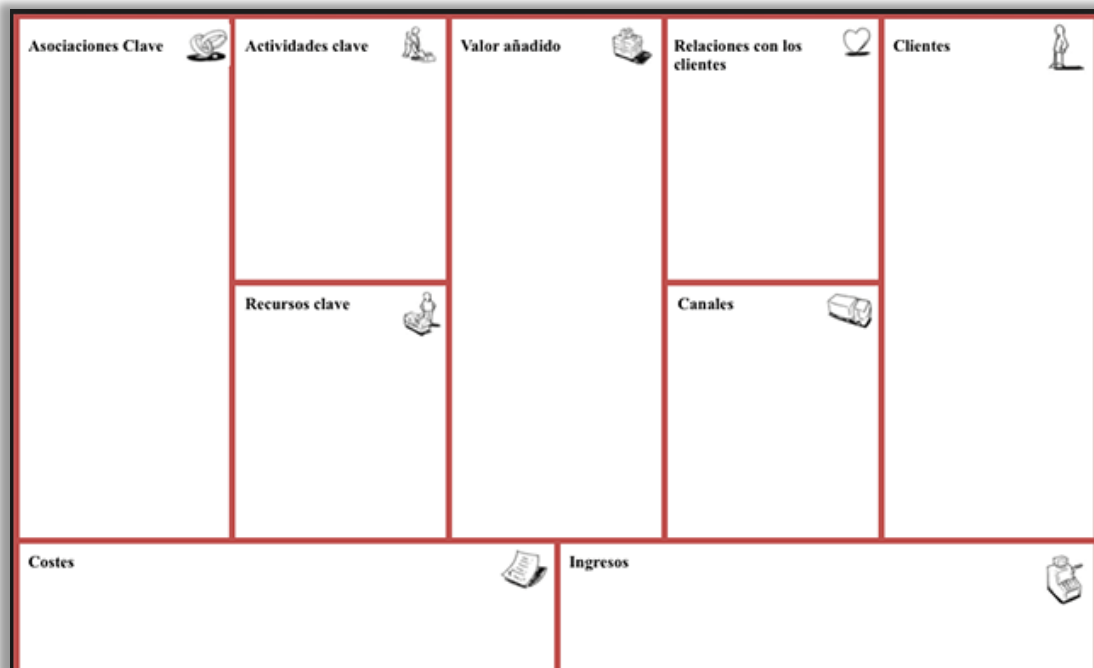


Figura 2: <https://www.marketingandweb.es/emprendedores-2/que-es-el-modelo-canvas/> -

Modelo Canvas

4. DISEÑO METODOLOGICO

La presente investigación se ha desarrollado por una parte con un enfoque de tipo cuantitativo ya que se basa en un instrumento tipo encuesta realizada a una población determinada (ver anexo), por otra parte se realiza un enfoque descriptivo teniendo en cuenta algunas dimensiones que se deben tener en cuenta para la creación de una empresa de logística de eventos deportivos.

Inicialmente se realiza con el equipo de trabajo una lluvia de ideas para establecer de manera empírica las causas de la deserción de las personas que se inscriben a torneos deportivos, allí se encontraron algunas características que sirvieron como insumo para la creación del instrumento,

asimismo se identificaron algunos componentes que se deben tener en cuenta para la ejecución de un proyecto de este tipo, componentes que luego se analizaron de una manera más rigurosa.

Luego de esta primera fase, se realizó el diseño del instrumento de investigación con el fin de analizar el mercado potencial de manera cuantitativa y poder establecer algunas características que ayuden a dimensionar de manera más amplia la demanda para el proyecto.

Teniendo en cuenta lo anterior el diseño está direccionado a mitigar o eliminar las causas que generan esta falta de tiempo, éstas se describen a continuación:

Familia: Se evidencia que la mayoría de los tiempos libres del segmento de usuarios al que están dirigidos los campeonatos lo dedican compartir con sus familias.

Trabajo: Para los campeonatos que duran más de un día la programación es incierta en el tiempo, por lo cual muchas veces puede cruzarse con los compromisos laborales de los competidores.

Estudio: De la misma manera los campeonatos con duración superior a un día pueden interferir con los compromisos académicos de los competidores.

Tiempo de desplazamiento: Muchos de los campeonatos requieren que sus usuarios tengan que desplazarse en trayectos muy largos o con opciones de medios de transporte limitados.

4.1.Enfoque cuantitativo (descripción de la muestra)

Para el enfoque cuantitativo y para determinar la muestra a la cual se le aplicó la encuesta se acude a las bases de datos del DANE para tener un panorama más amplio del segmento poblacional al cual va dirigido el servicio propuesto, la población tiene las siguientes características:

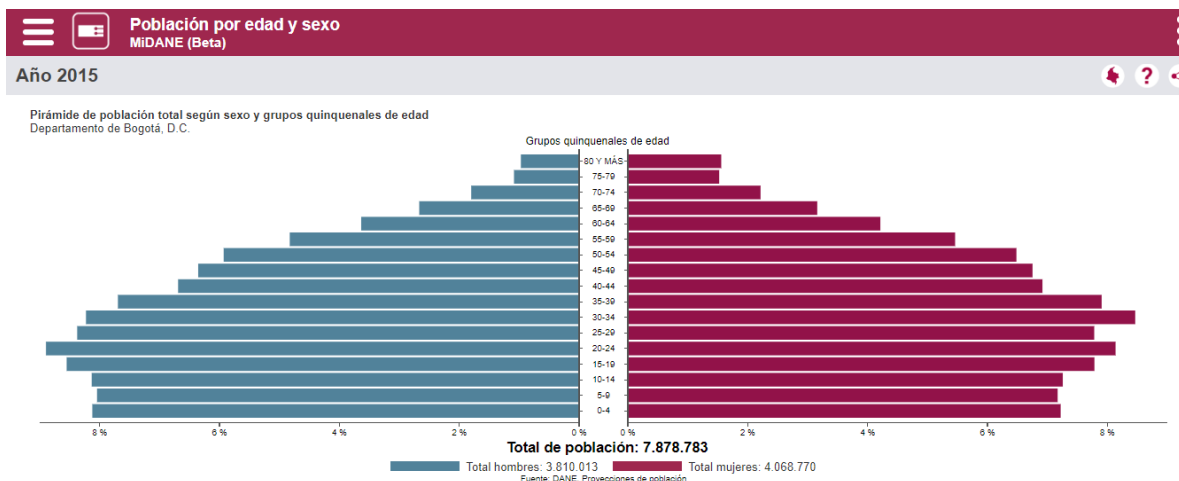


Figura 3: DANE - Proyecciones de población - 2015

Hombres entre 15-19: 352.752

Hombres entre 20-24: 338.888

Hombres entre 25-29: 319.048

Hombres entre 30-34: 313.458

Hombres entre 35-39: 293.158

Total, hombres: 3.810.013

Total, mujeres: 4.068.770

El proyecto propuesto se sectoriza en tres zonas de Bogotá, la unidad de muestra se define de la siguiente manera:

Hombres entre 18 – 35 años que vivan en la ciudad de Bogotá que tengas intereses en practicar futbol en su tiempo libre.

Como el total de población es de 7.878.783, siendo un 21% población de género masculino potencial para el negocio propuesto.

4.1. Enfoque descriptivo:

Teniendo en cuenta que la variable principal que se encontró para la deserción de los competidores es la falta de tiempo, la investigación descriptiva nos ayuda a identificar las causas y efectos de esta variable para dimensionar y tomar decisiones encaminadas a una oferta en la cual la falta de tiempo no sea una barrera para poder participar a cabalidad en él.

Teniendo en cuenta lo anterior el diseño del estudio está direccionando para mitigar las causas mencionadas, abarcándolas de la manera completa es posible generar una propuesta que genere resultados positivos en cuanto al cubrimiento de la demanda y sus características.

5. ANALISIS MERCADO

5.1. Canvas Multisport

MULTISPORTS				
Aliados Clave	Actividades Clave	Propuesta de Valor	Relación con el Cliente	Segmentos de Clientes
-Proveedor: Canchas de Fútbol Sintéticas. -Empresa de Servicios Logísticos -Escuela de Árbitros. -Marcas Deportivas: Nike Adidas Umbro -Bebidas deportivas: Gatorade – Speed – VIVE 100. -Canales y emisoras deportivas Sector público: - Alcaldías Locales - Coldeportes -Empresas Privadas -Franquicias bancarias -PayPal	- Inscripción de equipos - Alquiler por localidad de canchas. - Contratación de Árbitros - Contratación de servicios logísticos. - Programación de torneos (cronograma) - Premiación Torneo	Multisports brinda la opción de que el cliente participe un evento deportivo que usualmente tiene un tiempo de ejecución muy extenso en instalaciones adecuadas y cómodas la cual le permitirá ser acompañado de su grupo familiar o de amigos en un espacio donde se garantice un ambiente familiar con diferentes actividades, este servicio garantiza que el torneo será sectorizado y evita que el cliente tenga trayectos largos para realizar la actividad.	Servicio y trato ágil Seguridad Pre – post Venta Instalaciones adecuadas Personal Capacitado	Habitantes de Bogotá, en las localidades: Usaquén Suba Centro Chapinero Fontibón Ciudad bolívar Hombres Y mujeres entre 20 y 40 años Niños 6-12 en sectores vulnerables Perfil: Deportista, competitivo, Clase Media Empresas Privadas y estatales.
Estructura de Costes		Estructura de Ingresos		
Pago alquiler de las canchas Impuestos – permisos Pago diseñador web – Dominio y Hosting Pago Alquiler Oficina		Inscripciones, pagos mensuales – subsidios.		

Figura 4: Modelo canvas Multisports

5.2.Cliente

Teniendo en cuenta los datos recopilados se perfila el cliente dando un enfoque hacia nuestro servicio:

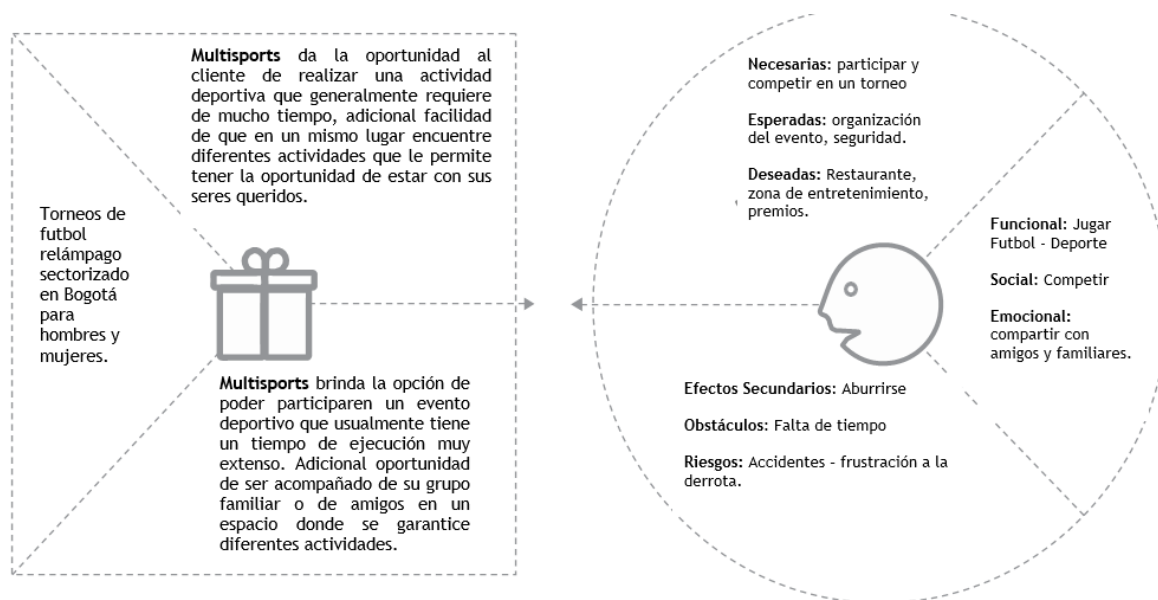


Figura 5: Lienzo cliente Multisports

6. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

La idea de negocio propuesta está enfocada en prestar un servicio de organización tanto logística como administrativa de campeonatos deportivos específicamente en la disciplina de futbol, cuyo nicho de mercado está enfocado a nivel local y empresarial, se han determinado realizar torneos relámpago, pues sería un día al mes en cual se desarrollaría todo el evento, finalizando con el ganador y su respectiva premiación.

Lo anterior tenido en cuenta que una de las mayores dificultades que se evidencian en los torneos que duran en el tiempo, es la deserción por los diferentes compromisos y eventualidades que se le presentan a los jugadores.

7. CONTEXTO

Para esta investigación se ha reunido información documental y de campo, puesto que existen datos relevantes recabados en investigaciones previas, y que han sido tomados como base para la misma, reforzándolos y orientándolos con datos obtenidos en el plano de esta investigación en particular.

8. ANÁLISIS FINANCIERO

Los análisis financieros se realizan sobre los programas a aplicar en una empresa. El ideal es que sirvan para anticiparse a posibles escenarios a los que debe enfrentarse el negocio, pero sobre todo que sepan dar una respuesta y aporten información relevante para una adecuada toma de decisiones.

	Costo Unitario	Costo Zonal	Costo Total FDS	Costo Total Mensual
Costo Alquiler x Hora	60.000	2.160.000	6.480.000	25.920.000
Arbitraje	15.000	540.000	1.620.000	6.480.000
Auxiliar Logístico	40.000	80.000	240.000	960.000
Contador	500.000			500.000
Coordinador zonal	1.500.000			6.000.000
Premiacion	2.500.000	2.500.000	7.500.000	30.000.000
Arriendo				1.200.000
Servicios				300.000
total			15.840.000	71.360.000

Datos Multisports	
Ingresos	
Ingreso por concepto de campeonatos	158.400.000
Costos Variables	
Arbitraje	6.480.000
Aquiler Canchas	25.920.000
Premiacion	30.000.000
Diseñador Web	2.200.000
Costos Fijos	
Arriendo Oficina	1.200.000
Nomina - Prestacion de Servicios	7.460.000
Inversiones	
Petos	3.024.000
Equipo de Computo	4.500.000
Muebles Oficina	3.000.000
Gastos	
Papeleria	80.000
Servicios	300.000
mantenimientos tecnologicos	230.000
Publicidad	250.000

Estado de Resultados			
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ventas / Ingresos	1.900.800.000	1.995.840.000	2.095.632.000
Costo	879.120.000	923.076.000	969.229.800
Utilidad Bruta	1.021.680.000	1.072.764.000	1.126.402.200
Gastos de operación	10.320.000	10.320.000	10.320.000
Depreciación	2.500.000	2.500.000	2.500.000
Utilidad antes de los impuestos	1.008.860.000	1.059.944.000	1.113.582.200
IVA	191.683.400	201.389.360	211.580.618
ICA	14.124.040	14.839.216	15.590.151
Impuesto de Renta	343.012.400	360.380.960	378.617.948
Impuesto de Industria y Comercio	15.132.900	15.899.160	16.703.733
Utilidad o pérdida neta	444.907.260	467.435.304	491.089.750
EBITDA	1.011.360.000	1.062.444.000	1.116.082.200

Estado de Flujo de Caja	0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Caja Inicial	640.000	376.818.460	395.259.784	414.623.174
Flujo de Caja Operativo				
Ventas de Contado		1.900.800.000	1.995.840.000	2.095.632.000
- Compras de Contado		- 879.120.000	- 923.076.000	- 969.229.800
- Impuestos		- 563.952.740	- 592.508.696	- 622.492.450
Sub-Total Flujo de Caja Operativo		457.727.260	480.255.304	503.909.750
Flujo de Caja de Inversiones	0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Maquinaria y Equipo	- 7.500.000	0	0	0
Gastos Preoperativos	- 860.000	0	0	0
Sub-Total Flujo de Caja de Inversiones	- 8.360.000	-	-	-
Sub-Total Flujo de Caja Operativo e nversiones	- 8.360.000	457.727.260	480.255.304	503.909.750
	- 10.524.000	834.545.720	875.515.088	918.532.924
WACC	- 2.031.132	161.067.324	168.974.412	177.276.854
Flujo de caja financiero	0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
(+) Aporte de Socios	9.000.000			
(-) Dividendos		- 80.908.800	- 84.995.520	- 89.286.576
Sub-Total Flujo de Caja financiero	9.000.000	- 80.908.800	- 84.995.520	- 89.286.576
Caja Final	640.000	376.818.460	395.259.784	414.623.174
		- 15.615.398	- 16.404.135	- 17.232.309

8.1. Estado de resultados

Como cifra relevante para el análisis se tiene que para el resultado que arroja en la utilidad y/o perdida sobre los ingresos totales al año arroja un 23% de rentabilidad ya fuera de impuesto lo que puede ser interesante para un accionista dependiendo de los intereses puntuales.

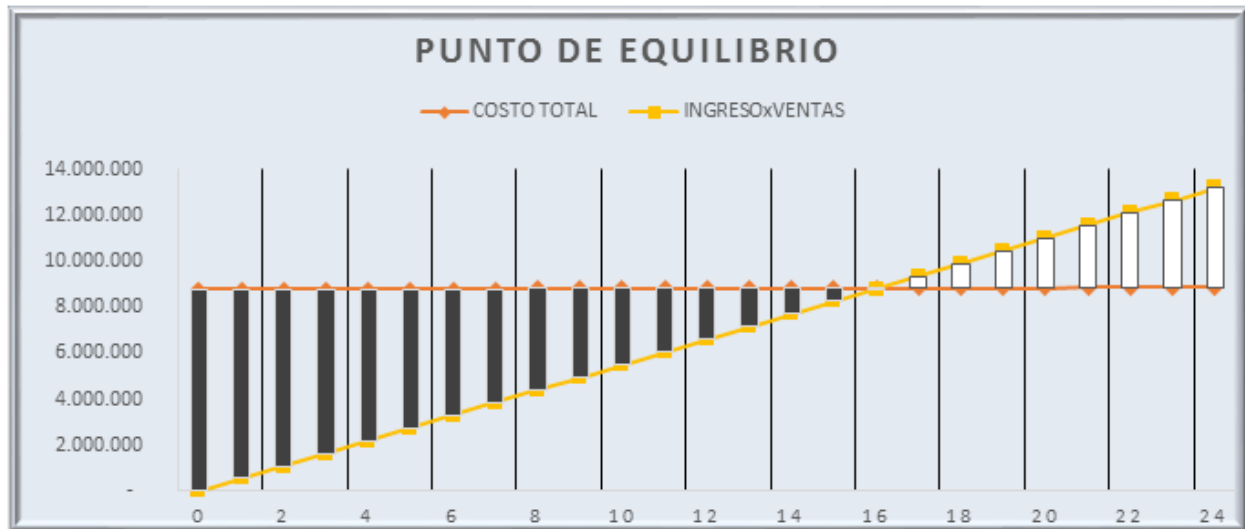
8.2. Flujos de caja

Con base a los flujos de caja elaborados para Multisports, se puede deducir que los costos no son tan altos para la ejecución de los torneos y el ingreso por inscripción es el adecuado dado que se está tomando del promedio que invierte una persona para el ocio y/o diversión entre 50 y 60 mil pesos por persona, datos adquiridos en nuestra así como también con base en cifras del DANE donde una persona invierte el 7% en entretenimiento.

Por otro lado en los flujos de inversiones no contamos con endeudamiento dado que los socios aportaran Capital para la iniciación del proyecto en donde es pertinente aclarar que la sostenibilidad se da con el 50% de la inscripción de cada equipo, dinero con el cual se realizan los contactos con proveedores (Canchas – Arbitraje) en aras de separar el evento y que se generen compromisos bilaterales.

8.3. Punto de equilibrio

Con base a los ingresos y los costos tanto generales como unitarios se identifica que para ejecutarse el evento en cada zona se necesita un número mínimo de inscripciones (16) y con ello que exista un ingreso de \$ 8.800.000 por zona.



ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO X ZONA	
PRECIO DE EQUILIBRIO DE LA EMPRESA	\$ 8.800.000
UNIDADES DE EQUILIBRIO DE LA EMPRESA	16

9. RESULTADOS ENCUESTA

Solo una de cada cuatro personas siente que tiene tiempo libre suficiente, lo cual permite sostener la focalización en torneos relámpago que no se prolongan en el tiempo, de igual forma se evidencia que más del 50% de los encuestados afirman practicar algún deporte evidenciando que existe una demanda para nuestra oferta, pero evidenciamos que el 14.9% indicó que el tiempo del fin de semana lo ocupa practicando algún deporte, sin embargo al mismo tiempo el 64.9% de las personas comparten este tiempo con su familia (padres, hermanos, hijos, compañero o compañera), y permite parametrizar los servicios ofrecidos para mezclar ambas cosas, poder practicar deporte en compañía de la familia.

10. CONCLUSIONES

- Se diagnostica que el 48.9% de las personas encuestadas practican futbol.
- Luego del estudio realizado se estable que para la creación de una empresa de logística de eventos deportivos es necesario tener en cuenta que la cantidad de equipos mínima es de 16 con una inscripción por cada uno de \$550.000, se requiere por evento 2 auxiliares logísticos, un coordinador de zona, un contador, un árbitro por partido y que las canchas cumplan con los estándares mínimos para brindar un ambiente agradable para todos los participantes y sus acompañantes.
- Con las proyecciones establecidas en el estudio financiero se evidencia una rentabilidad del 23%.

11. RECOMENDACIONES

- Se espera que una vez establecido el negocio en un tiempo de 3 años, Multisport se expanda a nivel nacional.
- Se tiene una expectativa de posicionamiento de marca en 2 años.
- Es necesario tener en cuenta para la consolidación de este proyecto el marco legal que regula los eventos de aglomeración de personas.

12. BIBLIOGRAFIA

Bernal C. En: Pino Gotuzzo (2006). Metodología de la investigación. 2da. ed. Lima: Edit. San Marcos. <https://www.gestiopolis.com/disenio-metodologico-de-una-investigacion/>

Fonseca A. J. & Brito A. (2000), Las concepciones sobre la competencia deportiva y los objetivos de logro. Barcelona.

Sarrazin, P., Biddle, S., Famose, J. P., Cury, F., Fox, K., y Durand, M. (1996). Goal orientations and conceptions of the nature of sport ability in children: A social cognitive approach. *British Journal of Social Psychology*, 35, 399-414.

Serrano, J. (2011). *Matemáticas financieras y evaluación de proyectos*. Bogotá: Alfaomega.

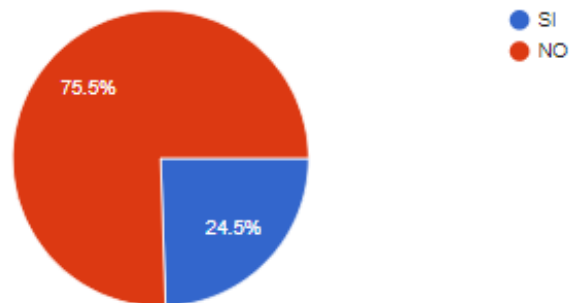
Torres M. Modelos de evaluación de la calidad del servicio. INFOcalSER: investigación en calidad del servicio, información y productividad, 2008 [citado 13 Sep 2015].

13. ANEXOS

ENCUESTA

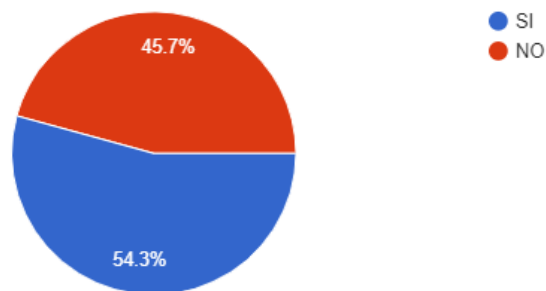
¿Tiene suficiente tiempo libre ?

94 respuestas



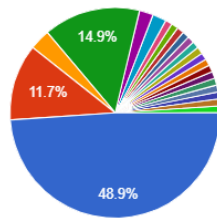
Practica algún deporte ?

94 respuestas



Cual es su deporte favorito ?

94 respuestas

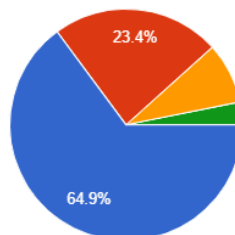


- FUTBOL
- BALONCESTO
- TENIS
- CICLISMO
- Gimnasio
- Natación
- Voy al gimnasio
- VOLEYBOL

▲ 1/3 ▼

Cuanto tiempo ocupa en ocio en la semana ?

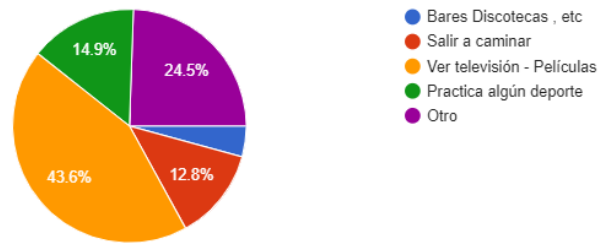
94 respuestas



- 1 hora a 3 horas
- 3 horas a 6 horas
- 6 horas a 9 horas
- 9 o mas

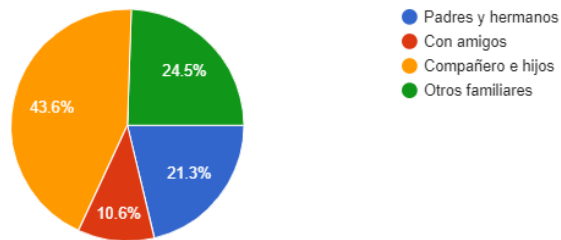
En que ocupa tiempo los fines de semana ?

94 respuestas



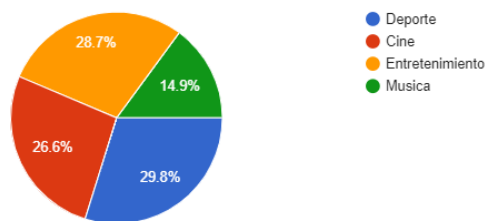
Con quien pasa el tiempo libre ?

94 respuestas



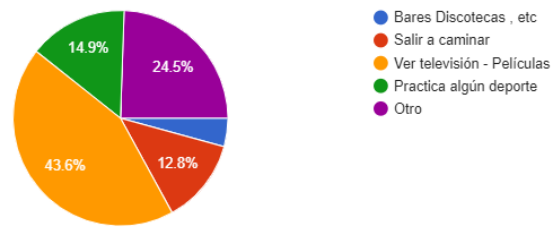
Que actividades realiza para su tiempo de ocio?

94 respuestas



En que ocupa tiempo los fines de semana ?

94 respuestas



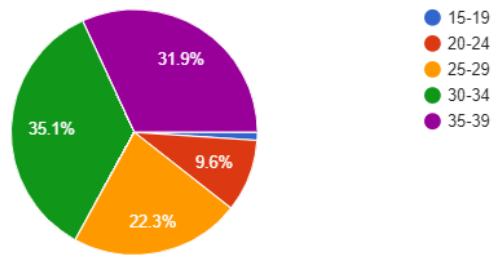
. ¿Cuánto dinero gasta en Ocio?

1 respuestas



Edad

94 respuestas



Genero

94 respuestas

